# <u>Chapitre 3</u> : Le contrat de vente commerciale : Vente au consommateur et Vente interentreprises

Le contrat de vente commerciale concerne tous les stades de la production, de l'achat de matières premières à la vente du produit fini à un distributeur,… voire au consommateur final. Il couvre donc la **vente au consommateur** et la **vente interentreprises**.

## I – Quelles sont les différentes formes de ventes ?

La vente peut être faite purement et simplement, ou sous une condition soit suspensive (ex. dépôt-vente), soit résolutoire (ex. vente sous condition d'obtention d'un crédit).

### A – Vente pure et simple

- **<u>Vente au comptant</u> :** Vente dans laquelle l'échange des consentements, le transfert de propriété et le paiement du prix sont concomitants.
- **<u>Vente à crédit (délai de paiement) et vente à tempérament</u> :** La vente à crédit est une vente comportant transfert de propriété avant paiement du prix (ex. paiement dans 3 mois). La vente à tempérament est une modalité de vente à crédit dans laquelle le paiement est effectué à **plusieurs échéances déterminées**.
- **<u>Vente à terme (à une date future)</u> :** Vente comportant transfert de propriété avant livraison et paiement du prix. Ex : Récolte. Le terme ne suspend pas l'engagement, il en retarde seulement l'exécution.

### B – Ventes particulières

- **<u>Vente avec clause de réserve de propriété</u> :** En cas de vente à crédit, le vendeur demeure propriétaire des marchandises vendues et le transfert de propriété n'aura lieu qu'après complet paiement du prix. Ainsi, si le client ne peut pas payer, le vendeur pourra récupérer son bien sans aucune formalité (pas de tribunal).
  Cette clause peut être insérée dans les conditions générales de vente ou dans tout autre document, pourvu que l'acheteur l'ait acceptée au plus tard au moment de la livraison.
- **<u>Dépôt-vente</u> :** Le dépôt-vente est une vente sous condition suspensive. Des marchandises sont remises par un fournisseur à un revendeur jusqu'à ce que celui-ci ait trouvé acquéreur. Une clause de reprise des invendus est prévue dans le contrat.
- **<u>Location-vente</u> :** La location-vente est une convention qui consiste à prévoir qu'à l'expiration d'un contrat de louage de chose, la propriété du bien sera transférée au locataire.
- **<u>Vente avec versement d'arrhes ou d'acomptes</u> :** Les arrhes et les acomptes sont des sommes qui représentent une partie du total à payer, versées lors de la conclusion du contrat.
  **<u>Les arrhes</u> :** Si le contrat stipule que le versement correspond à des arrhes, ou s'il ne comporte aucune indication contraire, les sommes versées d'avance sont des **arrhes**. Ils permettent à l'acheteur de se dédire en abandonnant le montant versé au vendeur. Le vendeur peut également se dédire en versant le double des arrhes à l'acheteur.
  **<u>Les acomptes</u> :** Si le contrat stipule que le versement correspond à **un acompte**, l'acheteur ne peut plus se dédire et doit payer le solde de sa commande.

## II – Comment se forme le contrat de vente commerciale ?

Le contrat de vente est défini par le Code civil : c'est une convention par laquelle le vendeur s'engage à livrer et à transférer la propriété d'un bien et l'acheteur à en payer le prix.
La vente commerciale est un contrat particulier conclu par un commerçant (ou par une société commerciale) dans le cadre de son activité commerciale.

- Le contrat de vente commerciale est formé par la rencontre des volontés. Comme tout contrat, il doit respecter les **<u>conditions générales de validité</u>** :
  - un **consentement** libre et éclairé, non vicié par l'erreur, le dol ou la violence ;
  - la **capacité** de celui qui s'oblige ;
  - un **objet** qui existe, est possible, déterminé (ou déterminable) et licite ;
  - une **cause** qui existe et qui est licite.
- Le contrat de vente commerciale doit également respecter des conditions particulières de validité :
  - le **bien** vendu doit être **précisé** (ex. : marque et référence d'un téléviseur) ; il doit être dans le commerce (ex. : la vente d'organes humains est illicite) ;
  - le **prix** de vente doit être **déterminé** ou déterminable (ex. : à partir d'un indice de référence) ; il doit être **réel** (c. à d. non fictif) et **sérieux** (non dérisoire).
  - Il doit être écrit.

## III – Quelles sont les effets (conséquences) du contrat de vente ?

**La vente** entraîne le transfert de propriété et des risques dès la formation du contrat (art. 1583 du code civil).
Exemple : un téléviseur est la propriété de l'acheteur dès que la vente est conclue, même si le bien n'est pas encore livré.
Toutefois, il serait injuste que l'acheteur supporte les risques liés à un bien… qui ne lui a pas encore été livré ; les parties peuvent donc convenir que le transfert des risques soit différé au jour de livraison.

Le contrat de vente commerciale génère des obligations à l'égard du vendeur et de l'acheteur.

| Obligations du vendeur | Sanctions en cas de manquement |
|---|---|
| • **Obligation de respecter le prix du devis pendant 3 mois.**<br><br>• **Obligation de délivrance :**<br>- Remettre matériellement la chose convenue.<br>- Respect des délais prévus.<br>- Remettre les documents représentant la chose. | • Pour augmentation du prix :<br>Résolution de la commande (commande annulée et récupération des sommes versées d'avance), majorées des intérêts légaux.<br>• Pour défaut de livraison :<br>Résolution du contrat et/ou versement de dommages-intérêts.<br>• Pour retard de livraison (plus de 7 jours) :<br>résolution du contrat (après mise en demeure), réduction du prix (rabais), ou versement de dommages-intérêts (si préjudice). |
| • **Obligation de garantie :**<br>- **Garantie d'éviction** protégeant l'acheteur contre des tiers qui pourraient exercer un droit antérieur à la vente ;<br>- **Garantie contre les vices cachés (dès sa découverte, il faut agir dans un bref délai)** : défauts cachés qui rendent la chose vendue impropre à l'usage auquel on la destine ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas acquise ou n'en aurait donné qu'un prix moindre. On peut soit rendre le bien et se faire rembourser, soit demander une réduction du prix. | • Défaut de garantie d'éviction : Résolution du contrat et versement de dommages-intérêts.<br><br>• Défaut de garantie contre les vices cachés :<br>annulation de la vente, réduction du prix, remplacement du bien, dommages-intérêts. |

| Obligations de l'acheteur | Sanctions en cas de manquement |
|---|---|
| • **Obligation de payer le prix** aux jour et lieu convenus.<br>• **Obligation de payer les frais.** Sauf clause contraire les frais de la vente sont à la charge de l'acheteur. | • A défaut, le vendeur peut :<br>- refuser de livrer (il exerce alors son droit de rétention) ;<br>- exercer une action en revendication s'il a déjà livré ;<br>- demander en justice la résolution de la vente (ou invoquer la clause résolutoire éventuelle figurant dans le contrat) ; … |
| • **Obligation de prendre livraison** dans les délais convenus. | • A défaut, le vendeur peut :<br>- demander au juge d'ordonner l'exécution forcée (le bien sera éventuellement placé dans un autre lieu, aux frais de l'acheteur fautif) ;<br>- exercer l'action judiciaire en résolution de la vente (ou invoquer la clause résolutoire éventuelle)<br>- demander des dommages-intérêts. |

## IV – Les conditions générales de vente et les contrats d'approvisionnement

Les **« conditions de ventes »** sont très importantes dans les contrats d'approvisionnement (contrats signés avec les fournisseurs) :

- Elles permettent à l'entreprise cliente d'apprécier objectivement l'offre qui lui est faite par son futur fournisseur. En cas de contestation lors de l'exécution du contrat, elles constituent une référence pour les parties.

- Établies par le fournisseur sous sa seule responsabilité, elles sont communiquées avec le barème de prix à tout revendeur qui en fait la demande. Elles comprennent obligatoirement les conditions de règlement et, le cas échéant, les réductions de prix que le fournisseur est prêt à consentir, les conditions de livraison, les clauses de réserve de propriété,… (Voir annexe 2).
  Pour être opposables à l'autre contractant, ces conditions doivent être acceptées préalablement à la vente.

## V – Les contrats de vente à l'export

Tous les points cités ci-dessus s'appliquent ici, mais en plus, des points particuliers s'y ajoutent, ils concernent :

- La chose vendue : elle doit répondre aux normes étrangères.
- Le prix : il faut déterminer en quelle devise il sera exprimé, ainsi que ce qu'il inclut : frais de douane, de transport, …
- Le partage des responsabilités : à quel moment le produit passe-t-il sous la responsabilité de l'importateur ?
- Le paiement : conditions spécifiques éventuelles (exemple : CREDOC).
- La langue : les langues dans lesquelles le contrat sera rédigé.
- En cas de litiges : nécessité de prévoir le droit applicable et la juridiction compétente.

# Annexe 1

# Éléments du contrat

**Code civil art. 1101 –** Le contrat est une convention par laquelle une ou plusieurs personnes s'obligent, envers une ou plusieurs autres, à donner, à faire ou à ne pas faire quelque chose.

**Code civil art. 1129 –** Il faut que l'obligation ait pour objet une chose au moins déterminée quant à son espèce. La quotité de la chose peut être incertaine, pourvu qu'elle puisse être déterminée.

**Code civil art. 1582 –** La vente est une convention par laquelle l'un s'oblige à livrer une chose et l'autre à la payer. Elle peut être faite par acte authentique ou sous seing privé.

**Code civil art. 1591 –** Le prix de la vente doit être déterminé et désigné par les parties.

**Jurisprudence :** Cour de cassation 24/03/1965 : le contrat de vente n'est parfait que s'il permet, au vu de ses clauses, de déterminer le prix par des éléments ne dépendant plus de la volonté de l'une des parties ou de la réalisation d'accords ultérieurs.

**Cour de Cassation 20/05/1981 :** si le prix fixé dans le contrat n'est qu'indicatif, nul contrat préparatoire générateur d'une obligation n'a pu se former; les partenaires ne sont pas engagés l'un envers l'autre.

**Code civil art. 1592 –** Il (le prix) peut cependant être laissé à l'arbitrage d'un tiers , si le tiers ne veut ou ne peut faire l'estimation, il n'y a point de vente.

**Ord. du 01/12/1986 – art. 33 :** Tout producteur, prestataire de service, grossiste ou importateur, est tenu de communiquer à tout acheteur de produit ou demandeur de prestation de services pour une activité professionnelle, qui en fait la demande, son barème de prix et ses conditions de vente. Celles-ci comprennent les conditions de règlement et, le cas échéant, les rabais et ristournes.
Les conditions de règlement doivent obligatoirement préciser les modalités de calcul et les conditions dans lesquelles des pénalités sont appliquées dans le cas où les sommes dues sont versées après la date de paiement figurant sur la facture, lorsque le versement intervient au-delà du délai fixé par les conditions générales de vente. Ces pénalités sont d'un montant au moins équivalent à celui qui résulterait de l'application d'un taux égal à une fois et demie le taux de l'intérêt légal…

**Code civil art. 1583 –** La vente est parfaite entre les parties, et la propriété est acquise de droit à l'acheteur à l'égard du vendeur, dès qu'on est convenu de la chose et du prix, quoique la chose n'ait pas encore été livrée ni le prix payé.

# Annexe 2

# Conditions générales de vente d'un contrat type

**GÉNÉRALITÉS**
1 – Les présentes conditions générales de vente régiront seules tous les contrats de vente conclus entre notre Société et ses clients, sauf stipulations contraires spécialement prévues au contrat. L'acceptation de toute offre émanant de notre Société emporte adhésion aux présentes conditions générales de vente. Les présentes conditions sont toutes de rigueur, et sans leur acceptation expresse ou tacite, notre Société n'aurait pas contracté. Elles annulent les conditions générales d'achat de nos clients et ne sauraient, en aucun cas, être écartées par celles-ci.
2 – Toute commande n'est valable, et le contrat de vente n'est réputé formé, que lors de son acceptation expresse sous la forme d'un accusé de réception de commande ou de livraison elle-même.
3 – Notre Société se réserve le droit de refuser toute vente aux clients pratiquant des reventes à perte illicite ou se livrant à des actes de concurrence déloyale. Notre Société se réserve de vendre directement ou indirectement %es produits hors de la CEE. Notre Société donne la priorité aux commandes passées par ses clients habituels et ce en raison de la nature de la spécificité et de la rareté de ses produits.
4 – Nous nous réservons le droit de modifier nos tarifs à tout moment sans préavis.
5 – La responsabilité de notre Société n'est pas engagée du fait de tous dommages causés par nos produits.

**PRIX :** Le prix payé par le client sera le tarif en vigueur au moment de la livraison. Nos prix sont toujours exprimés hors tous droits et taxes, tous droits et taxes en sus à la charge de l'acheteur et nets de tout escompte.

**CONDITIONS DE PAIEMENT :** Sauf convention expresse contraire, les paiements s'effectuent :
- *soit à la commande* sous escompte de 3 % ;
- *soit pour les entreprises commerciales* :
  - à 30 jours après la fin du mois de livraison pour les coteaux et l'apéritif champenois ;
  - 75 jours après le jour de livraison pour le champagne.
- *pour les clients autres que les entreprises commerciales* :
  - à 30 jours fin de mois date de facture.

Dans tous les cas, les factures inférieures à 5 000 francs T.T.C. sont payables à réception.

**LES PAIEMENTS SONT LIBELLÉS À L'ORDRE DE L.P.R. SELON L'ENTÊTE DE LA FACTURE.**
Notre Société se réserve le droit d'exiger le paiement comptant au moment de la livraison si la situation financière de l'acheteur semble l'exiger (ligne de crédit, retard de paiement des précédentes factures…). Tout droit de compensation découlant d'une créance réciproque de l'acheteur à un titre quelconque est exclu. L'acheteur s'interdit de retenir aucune somme exigible au profit du vendeur, que ce soit à titre de garantie, de retenues fiscales ou de compensation. les termes de paiement ne peuvent être retardés, sous quelque prétexte que ce soit, même litigieux. Le droit à ristourne éventuelle est expressément suspendu au complet respect par l'acheteur de toutes ses obligations pendant la période considérée, notamment au complet paiement de toutes sommes dues à un titre quelconque. En cas de retard de paiement aux époques stipulées, sur la facture ou dans les présentes conditions, les sommes dues produiront intérêts de plein droit et sans formalité le premier jour de retard et jusqu'au complet paiement du prix sur la base du taux d'intérêt légal majoré de 50 %, sans que cette clause nuise a l'exigibilité de la dette et sans préjudice de tous dommages et intérêts au profit de notre Société. En cas de recouvrement contentieux, les frais correspondants seront à la charge de l'acheteur.
Il est expressément prévu que tout retard dans le paiement suspendre l'exécution des contrats en cours sans que notre Société puisse être considérée comme responsable à quelque titre que ce soit du retard ainsi apporté à l'exécution des contrats. et ce y compris le cas où, par exception, les délais prévus au contrat seront impératifs et sanctionnés par des pénalités de retard. En cas de retards de paiement répétés, nous nous réservons le droit d'exiger de l'acheteur les versements anticipés pour tous les contrats de vente en cours d'exécution ou de nous désister de ceux-ci.

**DÉLAIS :** Les délais de livraison indiqués sur nos offres, accusés de réception de commande sont purement indicatifs. Les obligations de notre Société seront suspendues de plein droit et sans formalité, et notre responsabilité dégagée, au cas de survenance d'événements tels que : incendie, arrêt de travail quelconque, lock-out (fermeture temporaire), inondation, guerre, réquisition, émeute, gel, autre phénomène naturel, interruption ou retard dans le transport, impossibilité ou difficulté d'importation ou d'exportation, ainsi qu'au cas de survenance de toute circonstance intervenant postérieurement à la conclusion du contrat et en empêchant l'exécution dans les conditions normales par notre Société. Cependant dans le cas où le prix d'une commande d'un consommateur dépasserait 3 000 francs, la Société s'engage à livrer cette commande dans les 30 jours.

**LIVRAISON -TRANSPORT :** Quelles que soient la destination des marchandises et les conditions de vente, et sauf indication contraire portée dans la confirmation de commande, la livraison est toujours effectuée en nos magasins. La livraison et le transfert des risques s'effectuent soit par la remise directe au client, soit par simple avis de mise à disposition, soit par la délivrance des pièces à un expéditeur ou au transporteur désigné par le client ou, à défaut de cette désignation, indiquée par nous, aux frais, risques et périls de l'acheteur, et, en toute hypothèse, au plus tard dès que la marchandise quitte nos locaux.

**CLAUSE RÉSOLUTOIRE :** En cas d'inexécution par l'acheteur de l'une quelconque de es obligations, et huit jours après une mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception restée en tout ou partie sans effet pendant ce délai, le contrat de vente sera résolu de plein droit et sens formalité si bon semble à notre Société. Les marchandises devront être restituées, à première demande écrite, aux frais, risques et périls de l'acheteur qui s'y oblige sans préjudice de tous dommages et intérêts dus à notre Société.

**CLAUSE DE RÉSERVE DE PROPRIÉTÉ :** Toutes les marchandises vendues restent la propriété de notre société jusqu'à l'accomplissement de toutes les obligations de l'acheteur, et spécialement jusqu'à complet paiement du prix, en principal et accessoires, en cas de revendication pour non-paiement partiel ou total les marchandises en stock chez le client sont réputées correspondre aux créances impayées. L'acheteur supportera tous les risques de dommages subis ou causés. Les marchandises devront être assurées contre tous risques. Les règlements provenant de l'assureur nous seront acquis, sous réserve de tous recours contre l'acheteur, notre société pourra se prévaloir du jeu de la présente clause de réserve de propriété huit jours après une mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à l'acheteur et restée en tout ou partie sans effet pendant ce délai, au cas d'inexécution par l'acheteur de l'une quelconque de ses obligations. L’acheteur ne peut aliéner notre propriété que dans le cadre d'affaires régulières conclues à des conditions habituelles, et pour autant qu'il ne se trouve pas en retard de paiement. La réserve de propriété sur les marchandises se transporte sur la créance du prix de ces marchandises lors de la revente par notre acheteur initial.

**CONTESTATIONS :** En cas de litige quelconque relatif à une fourniture ou à son règlement, et quels que soient les conditions de vente et le mode de règlement accepté, le tribunal de commerce de Reims sera seul compétent au cas de litige avec un acheteur.

# Annexe 3

# Transfert de propriété

**Code civil art. 1138 –** L’obligation de livrer la chose est parfaite par le seul consentement des parties contractantes. Elle rend le créancier propriétaire et met la chose à ses risques dès l'instant où elle a dû être livrée, encore que la tradition n'en ait point été faite, à moins que le débiteur ne soit en demeure de la livrer, auquel cas la chose reste aux risques de ce dernier.

**Code de commerce art. 100 –** La marchandise sortie du magasin du vendeur ou de l'expéditeur voyage, s'il n'y a convention contraire, aux risques et périls de celui à qui elle appartient, sauf son recours contre le commissionnaire et le voiturier chargés du transport.

**Code civil art. 1181 –** L’obligation contractée sous une condition suspensive est celle qui dépend ou d'un événement futur et incertain, ou d'un événement actuellement arrivé, mais encore inconnu des parties.
Dans le premier cas, l'obligation ne peut être exécutée qu'après l'événement. Dans le second cas, l'obligation a son effet du jour où elle a été contractée.

**Code civil art. 1183 –** La condition résolutoire est celle qui, lorsqu'elle s'accomplit, opère la révocation de l'obligation, et qui remet les choses au même état que si l'obligation n'avait pas existé. Elle ne suspend point l'exécution de l'obligation ; elle oblige seulement le créancier à restituer ce qu'il a reçu, dans le cas où l'événement prévu par la condition arrive.

**Code civil art. 1584 –** La vente peut être faite purement et simplement, ou sous une condition soit suspensive, soit résolutoire […].

# Annexe 4

# Extrait du Code de la consommation

- **Code de la consommation – art. L. 132-1 :** Dans les contrats conclus entre professionnels et non-professionnels ou consommateurs, sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet de créer, au détriment du non-professionnel ou du consommateur, un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat. Les clauses abusives sont réputées non écrites.

  **Extrait de la liste indicative et non exhaustive des clauses annexées au Code de la consommation :**

  Sont abusives les clauses qui ont pour objet ou pour effet :

  […]
  j) d'autoriser le professionnel à modifier unilatéralement les termes du contrat sans raison valable et spécifiée dans le contrat ;
  k) d'autoriser les professionnels à modifier unilatéralement sans raison valable des caractéristiques du produit à livrer ou du service à fournir ;
  l) de prévoir que le prix des biens est déterminé au moment de la livraison, ou d'accorder au vendeur de biens ou au fournisseur de services le droit d'augmenter leurs prix sans que, dans les deux cas, le consommateur n'ait de droit correspondant lui permettant de rompre le contrat au cas où le prix final est trop élevé par rapport au prix convenu lors de la conclusion.

- **jurisprudence** – Cour de cassation 24/01/1995 : le non-professionnel est celui qui conclut un contrat de fourniture de biens ou de services n'ayant pas de rapport direct avec l'activité professionnelle qu'il exerce.

- **Loi du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs – art. 3 :** Dans tout contrat ayant pour objet la vente d'un bien meuble ou la fourniture d'une prestation de services à un consommateur, le professionnel doit, lorsque la livraison du bien ou la fourniture de la prestation n'est pas immédiate et si le prix convenu excède des seuils fixés par décret, indiquer la date limite à laquelle il s'engage à livrer le bien ou à exécuter la prestation. Le consommateur peut dénoncer le contrat de vente d'un bien meuble ou de fourniture d'une prestation de services, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, en cas de dépassement de la date de livraison du bien ou d'exécution de la prestation excédant sept jours et non dû à un cas de force majeure… Le consommateur exerce ce droit dans un délai de soixante jours ouvrés à compter de la date indiquée pour la livraison du bien ou l'exécution de la prestation.

# Annexe 5

# Réglementation

**C. civil – Art. 1603 :** Il (le vendeur) a deux obligations principales, celle de délivrer et celle de garantir la chose qu'il vend.
**Jurisprudence :** La Cour de cassation (25/06/1996) a précisé que l'obligation de délivrance du vendeur de matériel s'étend à la mise au point et comporte une obligation accessoire d'information et de conseil au client.

**C. civil – Art. 1604 :** La délivrance est le transport de la chose vendue en la puissance et possession de l'acheteur.

**C. civil – Art. 1610 :** Si le vendeur manque à faire la délivrance dans le temps convenu entre les parties, l'acquéreur pourra, à son choix, demander la résolution de la vente, on sa mise en possession, si le retard ne vient que du fait du vendeur.

**C. civil – Art. 1625 :** La garantie que le vendeur doit à l'acquéreur a deux objets : le premier est la possession paisible de la chose vendue ; le second, les défauts cachés de cette chose ou les vices rédhibitoires.

**C. civil – Art. 1641 :** Le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage, que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus.
**Jurisprudence :** Obligation de sécurité (Cour de cassation : 17/01/1995) : « Le vendeur professionnel est tenu de livrer des produits exempts de tout vice ou de défaut de fabrication de nature à créer un danger pour les personnes ou les biens…».

**C. civil – Art. 1642 :** Le vendeur n'est pas tenu des vices apparents et dont l'acheteur a pu se convaincre lui-même.

**C. civil – Art. 1650 :** La principale obligation de l'acheteur est de payer le prix au jour et au lieu réglés par la vente.
Loi du 1er juillet 1996 : Depuis le 1er janvier 1997, le règlement est réputé réalisé à la date à laquelle les fonds ont été mis à la disposition du bénéficiaire ou de son subrogé.

**C. civil – Art. 1654 :** Si l'acheteur ne paye pas le prix, le vendeur peut demander la résolution de la vente.

**C. civil – Art. 1657 :** En matière de vente de denrées et effets mobiliers, la résolution de la vente aura lieu de plein droit et sans sommation, au profit du vendeur, après l'expiration du terme convenu pour le retirement.

**C. civil – Art. 1784 :** Ils (les transporteurs) sont responsables de la perte et des avaries des choses qui leur sont confiées, à moins qu'ils ne prouvent qu'elles ont été perdues et avariées par cas fortuit ou force majeure.

**C. de commerce – Art. 100 :** La marchandise sortie du magasin du vendeur ou de l'expéditeur voyage, s'il n'y a convention contraire, aux risques et périls de celui à qui elle appartient…

# Annexe 6

# La publicité

La publicité peut avoir plusieurs objectifs :

- la diffusion d'une information relative à un produit, un service, un événement, - le développement de la notoriété d'une marque,
- la promotion d'une marque,
- la construction à long terme d'une image.

Trois partenaires principaux concourent à la réalisation d'une activité publicitaire :
- les annonceurs : il s'agit de l'organisme qui fait de la publicité (entreprises, associations ... ),
- les médias : la presse, la télévision, la radio, l'affichage, le cinéma,
- les agences : organismes indépendants, composés de spécialistes chargés, pour le compte des annonceurs, de la conception, de l'exécution et du contrôle des actions publicitaires.

La publicité est libre mais, afin de protéger le consommateur et les entreprises, elle est réglementée.

## I – La protection des consommateurs

Elle est assurée grâce :
- à l'emploi de la langue française : la langue française est obligatoire dans la désignation, l'offre, la présentation, la publicité écrite et parlée, le mode d'emploi ou l'utilisation, l'étendue de la condition de garantie d'un bien ou d'un service (art. 1 de la loi n° 75-1349 du 31.12.75),
- à la réglementation relative à la publicité des prix et conditions de vente,
- à des réglementations particulières relatives à certains produits et services : par exemple, les boissons alcooliques, le tabac, les offres et demandes d'emploi…
- aux sanctions pénales infligées aux auteurs de messages contenant des éléments faux ou de nature à induire en erreur (publicité trompeuse).

## II – La protection des entreprises

- La publicité ne doit pas porter atteinte aux droits de propriété industrielle littéraire ou artistique appartenant à d'autres entreprises, ni constituer à leur égard un acte de concurrence déloyale (protection de la marque, des dessins d'affiche, des slogans publicitaires, de la clientèle…).
- Cependant des articles du Code de la consommation autorisent la publicité comparative de biens ou de services (loi du 18/01/1992). Pour cela neuf conditions doivent être réunies :
  - La publicité doit porter sur des produits de même nature.
  - Les produits doivent être disponibles sur le marché.
  - La publicité ne doit pas figurer sur des emballages, des factures, des titres de transport, des moyens de paiement, des billets d'accès aux spectacles, et lieux publics.
  - La publicité doit être loyale, véridique et ne pas être de nature à induire en erreur.
  - Elle doit être limitée à une comparaison objective.
  - Elle ne peut porter que sur des caractéristiques essentielles significatives, pertinentes, et vérifiables de biens ou de services.
  - La comparaison ne doit pas avoir pour objet principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque ; présenter des produits ou des services comme l'imitation ou la réplique de produits ou de services revêtus d'une marque préalablement déposée.
  - L’annonceur doit être en mesure de prouver l'exactitude de ses allégations.
  - Avant toute diffusion, l'annonceur doit communiquer la publicité aux professionnels visés.

## III – Code la consommation

**Art. L. 113-3.** Tout vendeur de produit ou tout prestataire de ser- vices doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de

la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation.

**Arrêté n° 77-105/P du 2 septembre 1977,**
*Relatif à la publicité des prix à l'égard du consommateur (BOCC 6 sept.).*

**2.** Toute publicité à l'égard du consommateur comportant une annonce de réduction de prix doit obéir aux conditions suivantes :

1) Lorsqu'elle est faite hors des lieux de vente, elle doit préciser :
L'importance de la réduction soit en valeur absolue, soit en pourcentage par rapport au prix de référence défini à l'article 3 ;
Les produits ou services ou les catégories de produits ou services concernés ;
Les modalités suivant lesquelles sont consentis les avantages annoncés, notamment la période pendant laquelle le produit ou le service est offert à prix réduit ; dans le cas de soldes saisonniers cette dernière indication peut être remplacée par la mention « jusqu'à épuisement du stock ».
2) Lorsqu'elle est faite sur les lieux de vente, l'étiquetage, le marquage ou l'affichage des prix réalisés conformément aux dispositions en vigueur doivent faire apparaître, outre le prix réduit annoncé, le prix de référence défini à l'article 3.
Toutefois, lorsque l'annonce de réduction de prix est d'un taux uniforme et se rapporte à des produits ou services parfaitement identifiés cette réduction peut être faite par escompte de caisse. Dans ce cas, cette modalité doit faire l'objet d'une publicité, l'indication du prix réduit n'est pas obligatoire et l'avantage annoncé s'entend par rapport au prix de référence tel qu'il est défini à l'article 3.

**3.** Le prix de référence visé par le présent arrêté ne peut excéder le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'annonceur pour un article ou une prestation similaire, dans le même établissement de vente au détail, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité. […]

**4.** Tout produit ou service commandé pendant la période à laquelle se rapporte une publicité de prix ou de réduction de prix doit être livré ou fourni au prix indiqué par cette publicité.

**5.** Aucune publicité de prix ou de réduction de prix à l'égard du consommateur ne peut être effectuée sur des articles qui ne sont pas disponibles à la vente ou des services qui ne peuvent être fournis pendant la période à laquelle se rapporte cette publicité.
Toutefois dans le cas des ventes en soldes, des liquidations, des ventes au déballage visées par la loi du 30 décembre 1906, modifiée, la période visée à l'alinéa précédent s'achève avec l'épuisement du stock déclaré.[…]

**6.** Est interdite l'indication dans la publicité de réduction de prix ou d'avantages quelconques qui ne sont pas effectivement accordés à tout acheteur de produit ou à tout demandeur de prestation de service dans les conditions annoncées.

**7.** Les dispositions du présent arrêté s'appliquent à toute forme de publicité à l'égard du consommateur, quels qu'en soient les auteurs et quels que soient les procédés de publicité ou les ternies employés.

**Arrêté du 3 décembre 1987,**
*Relatif à l'information du consommateur sur les prix.*

**Art. 1er** Toute information sur les prix de produits ou de services doit faire apparaître, quel que soit le support utilisé, la somme totale toutes taxes comprises qui devra être effectivement payée par le consommateur, exprimée en monnaie française.
[…]

**5.** Le prix doit être indiqué sur le produit lui-même ou à proximité de celui-ci de façon qu'il n'existe aucune incertitude quant au produit auquel il se rapporte.
Il doit être parfaitement lisible soit de l'extérieur, soit de l'intérieur de l'établissement, sinon le lieu où sont exposés les produits.
[…]

**7.** Les produits vendus par lots doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot ainsi que le prix de chaque produit composant le lot.
[…]

# IV – Code de la consommation (suite)

**Art. L. 121-1** Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications et présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation. motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

**Art. L. 121-8** La publicité qui met en comparaison des biens ou services en utilisant soit la citation ou la représentation de la marque de fabrique, de commerce ou de service d'autrui, soit la citation ou la représentation de la raison sociale ou de la dénomination sociale, du nom commercial ou de l'enseigne d'autrui n'est autorisée que si elle est loyale, véridique et qu'elle n'est pas de nature à induire en erreur le consommateur. Elle doit être limitée à une comparaison objective qui ne peut porter que sur des caractéristiques essentielles, significatives, pertinentes et vérifiables de biens ou services de même nature et disponibles sur le marché. Lorsque la comparaison porte sur les prix, elle doit concerner des produits identiques vendus dans les mêmes conditions et indiquer la durée pendant laquelle sont maintenus les prix mentionnés comme siens par l'annonceur. La publicité comparative ne peut pas s'appuyer sur des opinions ou des appréciations individuelles ou collectives.

**Art. L. 121-9** Aucune comparaison ne peut avoir pour objet principal de tirer avantage de la notoriété attachée à une marque. Aucune comparaison ne peut présenter des produits ou des services comme l'imitation ou la réplique de produits ou services revêtus d'une marque préalablement déposée.

**Art. L. 121-11** Il est interdit de faire figurer des annonces comparatives telles que définies aux articles L. 121-8 et L. 121-9 sur des emballages, des factures, des titres de transport, des moyens de paiement ou des billets d'accès à des spectacles ou à des lieux ouverts au public.

**Art L. 121-12** L'annonceur pour le compte duquel la publicité définie aux articles L. 121-8 et L. 121-9 est diffusée doit être en mesure de prouver l'exactitude de ses allégations, indications ou présentations. Avant toute diffusion, il communique l'annonce comparative aux professionnels visés, dans un délai au moins égal à celui exigé, selon le type de support retenu, pour l'annulation d'un ordre de publicité.

# V – Code de commerce

- ***RCS (registre du commerce et des sociétés) :*** Décret du 30/05/1984 – art. 72
  Toute personne immatriculée au RCS indique son n° d'immatriculation en tête de ses factures, commande, tarifs et documents publicitaires ainsi que dans toute correspondance.

  Depuis le décret du 16/05/1997, l'entreprise est identifiée par un numéro unique qui lui est attribué lors de son inscription au répertoire des entreprises, il s'agit du SIREN (système informatique du répertoire des entreprises). Le n° d'immatriculation au RCS est dorénavant composé du n° d'identification unique, suivi du nom de la ville où se trouve le greffe du tribunal de commerce dans lequel l'entreprise est immatriculée (ex. : 370 493 919 RCS Paris),

- ***Dénomination sociale :*** Décret du 23/03/1967
  […] les lettres, les factures, annonces et publications diverses doivent indiquer la dénomination sociale, précédée ou suivie de l'indication du type de société et de l'énonciation du montant du capital social.